

PERANCANGAN KAMPANYE PENGENALAN BATIK “JONEGOROAN” DI KABUPATEN BOJONEGORO, JAWA TIMUR

Yovita Emanuella V¹, Obed Bima W², Aniendya Christianna³

Jurusan Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni dan Desain, Universitas Kristen Petra Surabaya,
Jl. Siwalankerto 121-131, Surabaya
Email: vitozjesain@hotmail.com

Abstrak

Kurangnya perhatian masyarakat terhadap kebudayaan lokal dapat menjadi dampak yang negatif bagi kaum muda. Mereka menjadi seperti tidak mengetahui adanya kebudayaan lokal tersebut dan cenderung cuek. Menurut hasil kuesioner yang dibagikan kepada 50 *sample* anak SD secara acak, didapati 55% tidak mengetahui motif batik Bojonegoro. Hal ini perlu ditanggulangi dengan melakukan hal-hal kecil sebagai bentuk pengenalan akan batik lokal. Kampanye pengenalan motif batik “Jonegoroan” ini dirancang untuk memberikan pengetahuan tentang 14 motif batik “Jonegoroan”, sekaligus menanamkan rasa cinta batik “Jonegoroan” kepada anak-anak usia 6-12 tahun melalui motif nya.

Kata Kunci: perancangan, kampanye, motif, batik *jonegoroan*, bojonegoro.

Abstract

Title: Campaign Design that Introduction Batik "Jonegoroan" in Bojonegoro Regency, East Java

Less public attention on get local culture be negatively impacted filter for youth. They do not know the local culture and pretend to be not aware. According to the results of a questionnaire distributed to 50 elementary school children were randomized sample, found 55% did not know the patterns of Batik Bojonegoro. This thing need to be solved with simple things form of introduction through local batik. Campaign design for introduction batik "Jonegoroan" is designed for help introduction Batik "Jonegoroan" to children 6-12 years through the pattern they have.

Keywords: design, campaign, patterns, batik “jonegoroan”, bojonegoro.

Pendahuluan

Batik Indonesia menjadi salah satu produk budaya paling dikenal dan diminati, baik masyarakat dalam negeri maupun manca negara. Batik sudah ada di Indonesia sejak nenek moyang terdahulu. Pada tahun 1945 misalnya, batik sudah dikenakan oleh Sultan Surakarta beserta keluarganya (*The Book of Batik*, Fiona Kerlogue, 2004). Melalui motif-motifnya, batik seperti menyimpan suatu nilai dan makna tersendiri dari sejarah atau makna simboliknya, sebut saja batik Cirebon yang dipengaruhi aliran Cina, Arab dan kepercayaan Hindu. Masih banyak lagi batik lainnya dengan ciri khas masing-masing. Belakangan ini, batik menjadi begitu populer di mata masyarakat Indonesia, oleh karena itu tidak jarang dijumpai berbagai daerah dengan ciri khas batik kota atau daerah asal masing-masing. Beberapa dari mereka

memanfaatkan motif batik sebagai media promosi kota masing-masing, contohnya di Solo, diadakan “Karnival Batik Solo”, yang diadakan setiap tahun, mulai dari tahun 2008 lalu.

Di Jawa Timur pun juga tidak kalah upaya. Salah satunya, pada tahun 2009 lalu, didirikanlah sebuah komunitas Batik se-Jatim, yang diberi nama KIBAS (Komunitas Batik se-Jawa Timur). Komunitas ini diketuai oleh Bapak Lintu Tulistyantoro dan memiliki tujuan untuk mensosialisasikan batik kepada anak sekolah, pelatihan, pameran dan diskusi serta melakukan kunjungan objek batik di Jawa Timur. Menurut wawancara yang dilakukan pada tanggal 15 Februari 2013, beliau mengatakan bahwa batik adalah sebuah proses bukan suatu produk. Batik Jawa Timur lebih memiliki ‘rasa’ yang lebih hidup, lebih mengesankan, sesuai selera dan dinamis, dibanding batik provinsi lain, dan beliau juga mengatakan bahwa

batik Jatim kurang mendapatkan perhatian masyarakat. Kabupaten Bojonegoro, adalah sebuah kabupaten di Provinsi Jawa Timur, Indonesia. Kabupaten ini berbatasan dengan Kabupaten Tuban di Utara, Kabupaten Lamongan di Timur, Kabupaten Nganjuk, Kabupaten Madiun dan Kabupaten Ngawi di Selatan, serta Kabupaten Blora (Jawa Tengah) di Barat. Bagian barat Bojonegoro (perbatasan dengan Jawa Tengah) merupakan bagian dari Blok Cepu, merupakan kota yang sangat kaya akan budaya dan alamnya. Mengapa tidak, baru-baru ini Bojonegoro memiliki budaya baru, yaitu batik Bojonegoro. Batik ini dinamakan batik “Jonegoroan” oleh masyarakat setempat. Kata “Jonegoro” merupakan ciri dari Kabupaten Bojonegoro, yang disebut masyarakatnya dengan sebutan khas “Jonegoro”. (BJT, 115).

Di Bojonegoro, umur batik masih terbilang muda, yakni sekitar 5 tahun. Bermula dari ide bupati Bojonegoro, Drs. H. Suyoto, M. Si., yang terinspirasi dari pengakuan batik Indonesia oleh UNESCO pada tanggal 2 Oktober 2009, maka diadakanlah lomba desain batik khas Bojonegoro. Sembilan motif asli Bojonegoro yang berhasil di *launching* ialah; motif padi, motif gotro, motif daun jati, motif khayangan api, motif jagung, mliwis putih, tembakau, motif sapi dan wayang thengul. Berdasarkan hasil wawancara dengan salah satu pengrajin batik di Bojonegoro, ciri khas yang dimiliki batik “Jonegoroan” ini adalah terletak pada warnanya yang lembut, dan sistem produksinya yang ramah lingkungan. Selain itu menurut Bapak Lintu Tulistyantoro selaku ketua KIBAS, mengatakan batik ‘Jonegoroan’ memiliki ciri yang *simple* / sederhana, baru, dan banyak pengulangan motif pada setiap batik (15/02). Menurut hasil penelitian yang dilakukan oleh Penulis, didapati bahwa 55% dari 50 *sample* anak SD di Bojonegoro tidak mengetahui motif batik yang dimiliki kota Bojonegoro. Batik “Jonegoroan” yang dikelola oleh ibu Mafudho Suyoto, selaku istri Bapak Bupati, sekarang sedang dikembangkan dan dikelola untuk tujuan menaikkan perekonomian masyarakat Bojonegoro.

Batik ini terbentuk sejak 29 Desember 2009 lalu melalui sebuah perlombaan desain batik yang diadakan di kota Bojonegoro. Setelah *event* tersebut selesai dilaksanakan, Pemerintah Kabupaten Bojonegoro belum banyak melakukan kegiatan promosi yang lain. Selama ini, batik “Jonegoroan” dikenalkan kepada masyarakat hanya melalui radio (Malowopati FM) dan di DEKRANASDA (Dewan Kerajinan Nasional Daerah) yang merupakan suatu sarana lokasi penempatan hasil batik dari semua pengrajin batik di Bojonegoro. (22/03/2013). Ditinjau dari bentuk kegiatan promosi yang pernah dilakukan, anak-anak kurang mendapat bagian dalam mengenal dan melestarikan budaya ini. Padahal, menurut wawancara yang dilakukan dengan beberapa anak-

anak Sekolah Dasar mengatakan mereka sangat suka pelajaran menggambar dan mewarnai.



Sumber: www.batikbojonegoroan.blogspot.com

Gambar 1. Gambar motif jati

Perancangan kampanye ini dilakukan untuk membantu masyarakat, khususnya anak-anak usia 6-12 tahun di Bojonegoro untuk mengenal bentuk motif-motif batik “Jonegoroan” yang ada. Selain itu juga untuk menanamkan rasa cinta akan batik lokal sejak usia dini. Hal ini didukung oleh pernyataan Bapak Lintu Tulistyantoro, yang mengatakan bahwa anak-anak TK sampai Sekolah Dasar merupakan target yang cocok untuk dikenalkan motif-motif batik “Jonegoroan” karena *memory* otaknya masih sangat memadai untuk mengingat motif-motif batik yang ada. Selain itu pengenalan motif ini adalah untuk meneruskan generasi, sehingga tidak mati (15/02). Berdasarkan pemaparan di atas dapat diketahui bahwa memperkenalkan motif batik Bojonegoro menjadi penting bagi anak-anak Sekolah Dasar di Bojonegoro. Oleh karena itu tema ini perlu diangkat.

Metode Penelitian

Data yang Dibutuhkan

Data Primer

Data primer diperoleh melalui proses observasi dan wawancara. Wawancara kepada salah satu organisasi pemerintah untuk mendapatkan data mengenai visi dan misi; harapan/rencana kedepannya, pencetus ide, sejarah dan konsep motif (keunggulan dan kelemahan dari batik lain) yang dipakai dalam “Batik Jonegoroan”, dan alasan mengapa dinamakan batik “Jonegoroan”. Wawancara kepada salah satu pengrajin batik “Jonegoroan” seputar omset penjualan/permintaan pengunjung, pemasaran dan promosinya yang dilakukan, dan lainnya seputar realisasinya untuk memperkuat konsep perancangan strategi kampanye ini. Kuesioner dan wawancara pada masyarakat di Bojonegoro khususnya anak-anak usia 6-12 tahun untuk mendapatkan informasi mengenai promosi batik, yang kemudian dapat menjadi *insight* pemecahan permasalahan.

Data Sekunder

Data sekunder diperoleh dari studi literatur, melalui dokumentasi atau lembaga pendukung.

Metode Pengumpulan Data

Metode yang dipakai adalah metode observasi dan wawancara untuk mendapatkan data yang relevan mengenai motif batik “Jonegoroan” yang dipakai. Pengumpulan data tersebut juga didukung studi pustaka seperti buku, majalah, dan internet untuk mengumpulkan data dan informasi mengenai motif Batik di Bojonegoro.

Instrumen / Alat Pengumpulan Data

Alat yang akan digunakan dalam mengumpulkan data adalah buku catatan, Internet (WEB, PC) dan Kamera untuk keperluan dokumentasi foto.

Pembahasan

Seperti yang dijabarkan oleh Djamarah (1995 : 136), Media adalah alat bantu apa saja yang dapat dijadikan sebagai penyalur pesan guna mencapai Tujuan pembelajaran. Media komunikasi dapat berupa media cetak maupun *unconventional media*.

Untuk dapat menyampaikan pesan dengan baik, suatu kampanye harus didukung dengan media-media yang tepat. Hal ini bertujuan agar pesan yang hendak disampaikan kepada target mampu tersampaikan dengan baik dan berhasil. Tujuan penggunaan media dalam kampanye mengenai pengenalan motif batik “Jonegoroan” adalah agar sasaran primernya yaitu para anak-anak usia 6-12 tahun pada akhirnya mendapatkan informasi yang tepat dan benar tentang motif batik yang dimiliki kabupaten Bojonegoro. Wilayah jangkauan selama rangkaian acara kampanye di wilayah Kabupaten Bojonegoro dan berlangsung selama 15 hari.

Tabel 1. Jadwal Persiapan Kampanye

NO	Media	Mei				
		14	15	16	17	18
1	Poster					
2	Pin					
3	Sticker Name Tag					
4	Notes					
5	Bongkar Pasang					
6	Kertas Lipat					
7	Kartu Informasi					
8	Cover Buku Tulis					
9	Sampul Buku					
10	Tas Kanvas					
11	Poster Jadwal Pel.					

Tabel 2. Jadwal Kampanye

No	Media	Mei		
		I / 19	II / 20	III / 21
1	Poster			
2	Pin			
3	Sticker Name Tag			
4	Notes			
5	Bongkar Pasang			
6	Kertas Lipat			
7	Kartu Informasi			
8	Cover Buku Tulis			
9	Sampul Buku			
10	Tas Kanvas			
11	Poster Jadwal Pel.			

Tabel 3. Jadwal Penutupan Kampanye

No	Media	Mei	
		22	23
1	Poster		
2	Pin		
3	Sticker Name Tag		
4	Notes		
5	Bongkar Pasang		
6	Kertas Lipat		
7	Kartu Informasi		
8	Cover Buku Tulis		
9	Sampul Buku		
10	Tas Kanvas		
11	Poster Jadwal Pel.		

Khalayak sasaran dari perancangan kampanye ini adalah anak-anak yang dapat dilihat dari beberapa karakteristik di bawah ini:

Geografis: Anak-anak di Kabupaten Bojonegoro, khususnya anak Sekolah Dasar.

Demografis: Jenis kelamin: Pria dan Wanita

Usia: 6-12 tahun

Pendidikan: anak-anak Sekolah Dasar atau sederajat

Pekerjaan: siswa-siswi / pelajar

Tingkat sosial: menengah atas

Behavioral: Berperilaku dan berpikir secara mandiri.

Penggunaan potensial bermain dan belajar bersama buku/media cetak daripada media elektronik.

Media yang digunakan dalam kampanye ini dibagi menjadi dua yaitu media utama dan media pendukung. Media utamanya adalah poster kampanye A2, cover buku tulis, kartu informasi, kertas lipat, kartu informasi, kertas lipas, notes, dan bongkar pasang, sedangkan media pendukungnya adalah pin standart, name tag, poster jadwal pelajaran, sampul buku, tas kanvas.

Program Media

Poster

Poster disediakan 9 lembar A2 dengan 1 versi desain yang dipasang di tiga sekolah, sebelum kampanye dilaksanakan. Dibagikan masing-masing 3 poster tiap sekolah, dengan cara ada yang ditempel dikelas secara

acak maupun ditempel di papan pengumuman sekolah. Poster dipasang 3 hari sebelum kegiatan kampanye hingga kegiatan kampanye selesai selama 8 hari penuh. Poster berisi informasi kampanye yang akan dilaksanakan di 3 sekolah dan kegiatan yang akan dilakukan selama sehari setiap sekolah.

Pin

Terdiri dari 1 versi desain pin yang dibagikan acak kepada *target audience* yang ada disana pada hari H kampanye dilaksanakan. Pin standart dibagikan saat awal acara dimulai. Jumlah pin 30 buah, yang dibagikan acak dari anak kelas 1 sampai kelas 6.

Sticker Name Tag

Ada 1 versi desain sticker. Sticker berukuran 6x4 yang dapat digunakan untuk kepemilikan buku di sekolah. Sticker berjumlah 60 buah, dibagikan secara acak kepada semua anak kelas 1 sampai kelas 6 SD.

Kertas Lipat

Terdiri dari 14 versi desain sesuai 14 motif batik “Jonegoroan”, yang dibagikan acak kepada *target audience* yang ada disana pada hari H kampanye dilaksanakan. Jumlah kertas lipat 100 buah, yang dibagikan acak dari anak kelas 1 sampai kelas 6.

Bongkar Pasang

Terdiri dari 2 versi desain berisi baju-baju dengan motif batik “Jonegoroan” dan terdapat versi pria dan wanita, yang dibagikan acak kepada *target audience* yang ada disana pada hari H kampanye dilaksanakan. Jumlah bongkar pasang 30 buah, yang dibagikan acak sesuai jenis kelamin anak.

Notes

Hadiah salah satu kegiatan kampanye. Jumlah notes hadiah 10 buah sebanyak 1 versi desain.

Kartu Informasi

Hadiah salah satu kegiatan kampanye. Jumlah kartu yang dibagikan 10 buah sebanyak 1 versi desain.

Tas Slempang

Hadiah salah satu kegiatan kampanye. Jumlah 10 buah sebanyak 1 versi desain.

Cover Buku Tulis

Hadiah salah satu kegiatan kampanye. Jumlah 10 buah sebanyak 3 versi desain.

Sampul Buku

Sampul buku dibagikan ketika acara selesai. Jumlah sampul buku 30 buah, dibagikan satu per satu setiap anak. Terdapat dari 3 buah versi desain.

Poster Jadwal Pelajaran

Terdiri dari 1 buah versi desain yang akan dibagikan ketika acara selesai. Jumlah 30 buah poster jadwal.

Konsep Kreatif

Tujuan Kreatif

Tujuan kreatif dari kampanye pengenalan batik “Jonegoroan” ini adalah untuk meningkatkan dan mendorong partisipasi konkret pada masyarakat khususnya anak-anak usia 6-12 tahun untuk lebih memahami dan mengetahui motif batik yang dimiliki batik “Jonegoroan”. Melalui kampanye ini diharapkan dapat menanamkan rasa cinta terhadap batik yang merupakan produk budaya lokal sejak dini. Hal ini dilakukan agar di masa yang akan datang, para generasi muda dapat memberikan dampak positif dan dapat menjadi panutan yang baik bagi masyarakat, khususnya generasi muda selanjutnya.

Strategi Kreatif

Isi Pesan

Isi pesan dari kampanye dan media pendukungnya adalah merupakan suatu langkah awal yang mudah dijangkau, dikenal, dan dilakukan oleh anak-anak usia 6-12 tahun sebagai penerus bangsa. Selain itu, juga merupakan dampak keuntungan yang besar bagi Kabupaten Bojonegoro sehingga melalui anak-anak, batik “Jonegoroan” dapat semakin dikenal dan dikembangkan. Hal ini tentunya akan berhasil apabila anak-anak tidak berhenti hanya sampai kampanye ini selesai, mereka juga perlu mengambil tindakan nyata bersama-sama melalui tindakan-tindakan kecil.

Bentuk Pesan

Bentuk pesan secara verbal adalah dengan menyampaikan bahwa diperlukannya tindakan awal yang nyata dan bersama-sama dalam mengenal motif-motif batik “Jonegoroan”. Sebenarnya banyak sekali hal-hal *simple* dan mudah dalam kehidupan sehari-hari yang dapat dilakukan untuk mengenalkan motif batik “Jonegoroan” ini kepada anak-anak. Tetapi memang bila dilakukan tindakan nyata secara bersama-sama akan memberikan dampak yang lebih besar.

Bentuk pesan secara visual menggunakan pendekatan 14 gambar visual motif yang mewakili 14 motif batik “Jonegoroan”, yang memberikan informasi nama motif dan hal-hal yang berhubungan dengan motif batiknya. Selain itu juga ditunjang dengan *typography* ajakan untuk ikut bergabung dan berpartisipasi dalam mengenal motif batik “Jonegoroan”.

Strategi Visual

Pesan visual berupa 14 gambar motif batik “Jonegoroan” yang dikemas menjadi 1 kesatuan, sehingga mampu mengajak anak-anak. Selain itu juga menggunakan *typography* yang langsung mengajak untuk bergabung untuk mengenal motif-motif batik yang dimiliki lebih dalam lagi. Penggunaan tipe huruf menggunakan *typeface sans serif* untuk memberikan kesan menyenangkan, *flexible*, dan *modern*.

Program Kreatif

Menggunakan pendekatan visual, yaitu berupa 14 gambar yang mewakili 14 motif batik “Jonegoroan”. Karakter yang dibuat adalah fiktif. Penggambaran *sketch* dan pewarnaan satu warna yang nanti nya akan disempurnakan dengan *software photoshop*. Warna yang digunakan adalah warna yang digunakan dalam setiap motif batik “Jonegoroan”.

Tema Pokok Perancangan

Tema yang diangkat adalah pendekatan *after use*, dimana hasilnya nanti akan dinikmati masyarakat Bojonegoro bersama-sama jika anak-anak nantinya dapat mengenal dengan baik, apalagi mampu mengembangkan apa yang diperolehnya melalui kampanye pengenalan motif batik ini.

Pendukung Tema Perancangan

Dampak yang dapat timbul dari mengenal motif batik “Jonegoroan” yang dilakukan anak-anak jika mereka mau belajar mengenal motif-motif yang dimiliki dan turut berpartisipasi adalah generasi muda dapat semakin mencintai batik Bojonegoro dan mendapat pengetahuan yang bagus mengenai budaya batik yang dimiliki kotanya. Jika hal ini dilakukan secara rutin, maka dampak yang diberikan akan meluas, yaitu membentuk pola pikir bangga dalam diri anak dan pola perilaku menggunakan produk dalam negeri dalam kehidupan sehari-hari.

Hal tersebut akan sangat baik dampaknya dalam penghematan pengeluaran negeri. Karena jika kita tidak membiasakan menanamkan cinta pada produk dalam negeri sejak dini, maka pada masa yang akan datang Negara kita akan mengalami pengeluaran yang membengkak. Dampak lain adalah jika masyarakat Indonesia bangga terhadap produk dalam negeri, tentunya akan menaikkan kualitas produk Indonesia dimata Internasional.

Pendukung Bentuk Kreatif

Pemilihan bentuk pesan visual adalah melalui kegiatan aksi turun langsung ke sekolah-sekolah dasar untuk menarik perhatian masyarakat, khususnya anak-anak. Roadshow akan berlangsung di beberapa sekolah (poster akan diberikan kepada beberapa sekolah). Pin dan sticker nama akan dibagikan secara gratis ketika acara.

Penyajian

Gaya visual yang dipakai adalah gaya karikatur fiktif dengan desain yang ramai dengan *typography sans serif*, yang dikemas secara bagus. Warna yang dipilih tonalitasnya masing-masing motif menyesuaikan dengan warna motif batik yang sebenarnya. Setiap desain media akan dibubuhi motif-motif batik “Jonegoroan” tersebut.

Program Penulisan Naskah dan Penulisan Visual

1. Poster

Media poster ini berukuran A2, dibuat sebagai media penunjang roadshow. Poster dibuat 1 versi desain saja, yaitu:

Seorang anak yang melihat ke atas (sebuah sekolah) dan merasa tertarik. Terdapat motif-motif batik “Jonegoroan” yang tersembunyi di tiap-tiap elemen bentuk poster. Nama acara roadshow di letakkan di atas kanan poster dengan ukuran yang lebih besar, sehingga dapat menjadi *point of view*. Nama roadshow nya adalah BBM, yang artinya adalah “Batik Bojonegoro Match”. Untuk *tagline* nya adalah singkatan dari “BBM”. *Typeface* yang digunakan adalah *sans serif*, untuk memberikan kesan sederhana, ringan, dan modern. Dibagian bawah kanan terdapat logo sponsor.

2. Pin

Desain pin berisi logo dari acara BBM ini, dengan background menyesuaikan dengan background dari poster. Ukuran pin dengan diameter 5,8cm dan berjumlah 2 versi desain. Satu desain untuk peserta dan yang lain untuk desain *crew*.

3. Sticker Nama

Sticker berukuran sekitar 4x6, dibuat 1 versi desain. Tulisan BBM diletakkan dibelakang logo acara BBM. Dibagian kanan terdapat *space* untuk menulis nama, kelas dan mata pelajaran.

4. Bongkar Pasang

Bongkar pasang berukuran 20 x 25 cm, dengan jumlah 2 versi desain. Desain pertama adalah untuk anak perempuan, dimana isinya adalah baju-baju anak perempuan yang diberi motif batik “Jonegoroan” dan keterangan nama motif. Desain kedua adalah untuk anak laki-laki, yang isinya adalah baju-baju untuk anak laki-laki dan diberi motif batik “Jonegoroan” dan keterangan nama motif.

5. Notes

Notes berukuran sekitar 12 x 8, dibuat 1 versi desain cover. Dimana cover berisi seperti desain poster. Untuk isi halaman notes diberi gambar 14 motif batik dan beberapa desain halaman kosong untuk ditulisi. Untuk halaman motif, nama dan keterangan motif diletakkan di sebelah kanan bawah.

6. Kertas Lipat

Cover yang dibuat adalah 1 versi desain. Isi kertas lipat adalah 14 motif batik “Jonegoroan” dengan dibubuhi keterangan singkat tentang masing-masing motif. Ada beberapa variasi warna tiap motif batik. Letak penulisan nama motif dan keterangan motif ada di bawah kanan setiap motif.

7. Kartu Informasi

Dibuat 1 versi desain cover pada kemasan kartu informasi. Isi kartu informasi adalah 14 motif dengan sejarah atau info singkat mengenai masing-masing motif batik “Jonegoroan” yang diletakkan di bagian bawah setiap motif batik.

8. Cover Buku Tulis

Cover buku tulis ada 3 versi desain. Cover buku tulis sama dengan desain pada media yang lain, hanya

beberapa motif diubah dengan motif yang lain. Tulisan Batik Bojonegoro Matoh diletakkan di bagian depan atas cover. Sedangkan bagian belakang cover terdapat logo sponsor.

9. Sampul Buku

Desain sampul buku sama dengan desain pada cover buku tulis. Hanya pada bagian belakang terdapat logo sponsor yang diletakkan di bagian kanan atas cover.

10. Tas Kanvas

Tas Slempan berukuran 25x35 dibuat 1 versi desain. Peletakkan gambar berada tepat ditengah-tengah tas bagian depan. Sedangkan bagian belakang tas kosong.

11. Poster Jadwal Pelajaran

Desain poster jadwal pelajaran agak sedikit berbeda dengan desain media yang lain. Desainnya full gambar sekolah yang diletakkan tepat ditengah poster, dan penulisan hari senin sampai sabtu berada di tengah-tengahnya membentuk jendela kelas. Logo sponsor ada di bawah poster.

Penjaringan Ide

Kosep utama dalam perancangan ini adalah belajar dan bermain, bagaimana membuat anak-anak tertarik untuk belajar. Dari segi pewarnaan, konsepnya dikemas secara *colorfull*.

Elemen Warna

Warna utama yang dipakai adalah kuning keorenan dan merah *maroon*. Tetapi secara keseluruhan menggunakan semua warna, karena konsep warnanya yang *colorfull* non gradasi. Penggunaan warna yang *colorfull* memiliki arti berwarna dan dapat menciptakan suasana yang ceria ini diharapkan dapat memberikan warna yang berbeda bagi anak-anak usia 6-12 tahun. Berikut beberapa contoh referensi warna yang digunakan.



Sumber: www.gramediapustakautama.com

Gambar 2. Contoh buku karangan clara ng

Elemen Bentuk

Bentuk yang digunakan lebih kepada fiksi (non-realist). Hal ini dikarenakan anak usia 6-12 tahun memiliki imajinasi yang sangat tinggi pada apa yang mereka lihat disekitarnya. Berikut adalah contoh referensi bentuk yang akan digunakan.



Sumber: printpattern.blogspot.com

Gambar 3. Contoh referensi karangan eli flos

Font

Jenis font yang digunakan adalah 'Clemente', yang merupakan type family font, dan sans serif. Jenis font ini memberikan kesan kuat tetapi juga ringan, sehingga diharapkan dapat membuat anak-anak usia 6-12 tahun tertarik.

"ROADSHOW BELAJAR BERSAMA BBM"

Gambar 4. Font bebas clemente

Sehingga bentuk yang menjadi acuan adalah seperti desain dibawah ini:



Gambar 5. Aplikasi font

Thumbnail Masing-Masing Media

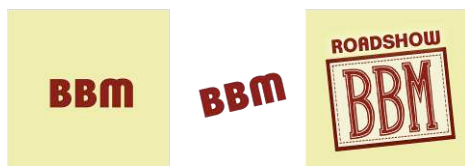


Gambar 6. Thumbnail logo



Gambar 7. Thumbnail poster kampanye

Tight Tissue Masing-Masing Media



Gambar 8. Tight tissue logo



Gambar 9. Tight Tissue poster kampanye

Eksekusi Final Desain



Gambar 10. Desain final logo



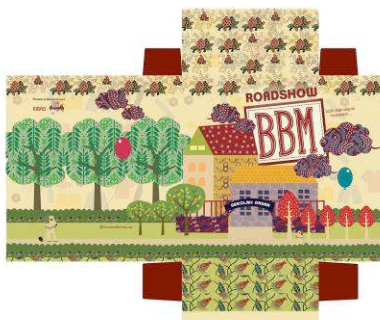
Gambar 11. Desain Final poster kampanye



Gambar 12. Desain Final depan kartu informasi



Gambar 13. Desain Final belakang kartu informasi (gambar atas) dan desain final kemasan kartu informasi (gambar bawah)



Gambar 14. Desain final kertas lipat



Gambar 15. Desain final cover kertas lipat



Gambar 16. Desain final notes



Gambar 19. Desain final sampul depan buku tulis



Gambar 17. Desain final cover notes



Gambar 20. Desain final sticker name tag



Gambar 18. Desain final bongkar pasang



Gambar 21. Desain final pin crew dan peserta



Gambar 22. Desain final tas kanvas



Gambar 25. Desain final katalog (depan)



Gambar 23. Desain final jadwal pelajaran



Gambar 26. Desain final katalog (belakang)



Gambar 24. Desain final sampul buku tulis/pelajaran

Simpulan

Seperti kita ketahui, di Indonesia akhir-akhir ini *gencar* dengan ‘gerakan’ menanamkan semangat cinta akan produk-produk lokal kepada masyarakat. Salah satu produk lokal tersebut adalah batik. Batik menjadi salah satu fenomena yang tidak pernah lepas dari sorotan masyarakat. Apalagi setelah terjadi negara lain meng-*klaim* batik menjadi budaya asli negaranya, membuat masyarakat Indonesia lebih waspada terhadap kekayaan budaya Indonesia. Hal ini terjadi akibat dari ketidaktahuan masyarakat akan kekayaan budaya yang dimilikinya. Maka dari itu, perlu dilakukan suatu tindakan konkret sehingga dapat membantu menanggulangi masalah ini.

Penulis merancang suatu kegiatan kampanye yang bertujuan untuk mengenalkan serta memberikan informasi kepada masyarakat, khususnya anak-anak usia 6-12 tahun di Bojonegoro. Pada dasarnya, anak-anak usia 6-12 tahun memiliki sifat yang masih labil dalam belajar. Mereka butuh pendampingan seseorang dalam belajar sesuatu. Kebanyakan dari mereka lebih suka bermain daripada belajar, dan mereka cenderung menyukai praktek di lapangan langsung. Secara

psikologi, otak anak-anak masih dalam pembentukan, oleh karena itu bagus jika diberikan pembelajaran baru pada usia ini. Media pengenalan kampanye berbentuk *roadshow* akan menjadi media yang cocok untuk anak-anak usia ini. Kampanye ini berbentuk *roadshow* dari sekolah ke sekolah di Bojonegoro dalam rangka memperkenalkan batik Bojonegoro melalui motifnya. Kampanye ini mengajak anak-anak usia 6-12 tahun untuk mengenal dan mengetahui lebih lanjut dan pasti motif-motif yang dimiliki batik Bojonegoro, karena pada kenyataannya mereka tidak tahu batik apa saja yang dimiliki. Bentuk kegiatannya sederhana, yaitu dengan konsep belajar sambil bermain, yang dikemas dengan beberapa *game* tebak motif dan acara mewarnai 14 motif batik Bojonegoro.

Bentuk kampanye yang dilakukan Penulis bukanlah suatu bentuk kampanye konvensional, melainkan kampanye yang melakukan pendekatan melalui media-media yang ditemui oleh *target audience* setiap harinya, yaitu buku tulis, notes, jadwal pelajaran, dll.

Dari kampanye ini diharapkan pesan yang ingin disampaikan dapat sampai kepada *target audience* dengan baik, sehingga mereka dapat mengenal dan mengetahui lebih lanjut motif-motif batik Bojonegoro. Dengan demikian akan terbentuk suatu sikap baru terhadap budaya batik yang dimiliki kota Bojonegoro.

Ucapan Terima Kasih

Penulis menyadari bahwa dukungan dan bimbingan yang telah diberikan oleh berbagai pihak sangat membantu Penulis dalam mengerjakan Laporan Tugas Akhir ini. Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus, karena kasih dan anugerahNya yang sangat besar, setia menyertai dan membantu Penulis dalam pengerjaan Laporan Tugas Akhir ini dari awal hingga akhirnya dapat terselesaikan.
2. Bapak Andrian Dektisa Hagijanto, S.Sn., selaku Dekan Fakultas Seni dan Desain Universitas Kristen Petra.
3. Ibu Ani Wijayanti, S.Sn., selaku Ketua Program Studi Jurusan Desain Komunikasi Visual Universitas Kristen Petra.
4. Ibu Maria Nala D., S.Sn., M.Hum., selaku ketua tim penguji.
5. Bapak Erandaru, ST, M.Sc., selaku anggota tim penguji.
6. Bapak Obed Bima Wicandra, S.Sn., MA., selaku pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan, dukungan serta arahannya kepada Penulis dalam menyelesaikan Laporan Tugas Akhir ini dari awal hingga akhirnya dengan baik.
7. Ibu Aniendya Christianna, S.Sn., selaku pembimbing kedua yang telah memberikan arahan, kritik dan saran yang sangat membangun

dan bermanfaat dalam penyelesaian Laporan Tugas Akhir ini.

8. Bapak Lintu Tulistyantoro, selaku ketua Komunitas Batik Se-Jawa Timur (KIBAS) yang memberikan info dan data-datanya yang sangat bermanfaat bagi Penulis.
9. Bapak Hariyanto, S.Pd., selaku pengrajin batik di Bojonegoro yang dengan terbuka memberikan informasi-informasi penting mengenai batik Bojonegoro.
10. Seluruh dosen serta para asisten dosen dan segenap karyawan Fakultas Seni dan Desain, Jurusan Desain Komunikasi Visual UK Petra.
11. Orang tua tercinta, yang dengan kasih dan sabar mendukung Penulis baik secara material maupun non-material. Teman-teman sekalian, Tina, Merry, Erryn, Johana, Kahim Squad dan semua nya yang tidak bisa Penulis sebutkan satu persatu yang mendukung baik secara langsung maupun tidak langsung. Juga untuk semua crew BBM yang bersedia membantu dalam pelaksanaan kampanye sehingga semuanya dapat berhasil dengan baik.

Daftar Pustaka

- AnneAhira.com. *Pendapat Pakar tentang Perkembangan Anak Usia 6 - 12 Tahun*. Diunduh 25 Maret 2013 dari <http://www.anneahira.com/perkembangan-anak-usia-6-12-tahun.html>
- Anshori, Y., Kusrianto, A. (2011). *Keeksotisan Batik Jawa Timur "Memahami Motif dan Keunikannya"*. Jakarta: Penerbit PT. Elex Media Komputindo.
- Atlas Obscura. (2010). *Solo Batik Carnival*. Diunduh 31 Januari 2013 dari <http://www.atlasobscura.com>/places/solo-batik-carnival>
- Batik Indonesia.com. *Kain Batik*. Diunduh 5 Februari 2013 dari <http://www.batikindonesia.com>
- Cinta Batik Indonesia. (2012). *Pengertian dan Sejarah Seni Batik Indonesia*. Diunduh 14 Maret 2013 dari <http://cepricopro.blogdetik.com/2012/11/12/pengertian-dan-sejarah-seni-batik-indonesia>
- Definisi 'Motif'. *Artikata.com*. Source KBBI3. Diunduh 20 Maret 2013 dari <http://www.artikata.com/arti-119883-motif.html>
- Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Jawa Timur. (2013). *Industri Kecil di Jawa Timur Tumbuh Pesat*. Diunduh 13 Maret 2013 dari <http://disperindag.jatimprov.go.id>

Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Jawa Timur. (2013). *Pemerintah Optimalkan Potensi IKM Jawa Timur*. Diunduh 13 Maret 2013 dari <http://disperindag.jatimprov.go.id>

Endarmoko, E. (2006). *Tesaurus Bahasa Indonesia*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Ibung, D. (2008). *Stress Pada Anak (usia 6-12 tahun)*. Jakarta: Penerbit PT Elex Media Komputindo.

Indonesia Berprestasi. (2009). *Batik Indonesia*. Diunduh 31 Januari 2013 dari <http://www.indonesiaberprestasi.web.id/pembangunan-bangsa/headline/batik-indonesia>

Jonegoroan Collections. (2011). *Filosofi Motif Batik Jonegoroan*. Diunduh 26 Maret 2013 dari <http://jonegoroan-collection.blogspot.com/2011/12/filosofi-motif-batik-jonegoroan.html>

Kain Indonesia.com. (2010). *Batik di Setiap Provinsi*. Diunduh 5 Februari 2013 dari <http://kainindonesia.com/tag/batik-di-setiap-provinsi-indonesia>

Kerlogue, F. (2004). *The Book of Batik*. Singapore: Editions Didier Millet.

Kids Design – Eli Flos. (2011). *PRINT&PATTERN*. Diunduh 6 Juni 2013 dari <http://printpattern.blogspot.com/2011/09/kids-design-eli-flos.html>

Komunitas Batik se-Jawa Timur (KIBAS). (2013). Diunduh 20 Februari 2013 dari <http://www.facebook.com>

Lin, C.L. (2007). *Batik: Creating an Identity*. Singapore: National Museum of Singapore and Editions Didier Millet.

MarkPlus, Tim. (2010). *The Official MIM Academy Coursebook "Brand Operation"*. ESENSI, divisi Penerbit Erlangga.

Natalia, D. (2011). *Perancangan Komunikasi Visual Untuk Mendukung Kampanye Hemat Energi Listrik di Kalangan Pelajar SMP dan SMA di Surabaya*. Skripsi Jurusan Desain Komunikasi Visual Universitas Kristen Petra, Surabaya

Nesaci. (2010). *Pengertian Batik dan Sejarah Batik Indonesia*. Diunduh 14 Maret 2013 dari <http://nesaci.com/pengertian-batik-dan-sejarah-batik-indonesia>

Pengertian Media. (2012). *Media Pembelajaran*. Diunduh 28 Maret 2013 dari <http://wawan-junaidi.blogspot.com/2012/01/pengertian-media.html>

Portal Nasional. *Tentang Batik Jawa Timur*. Diunduh 8 Februari 2013 dari <http://portal-nasional.com/tentang-batik-jawa-timur>

PKP-RI "KOPEN" Kabupaten Bojonegoro. (2009). *9 (Sembilan Motif Batik Khas Bojonegoro Telah Dilaunching)*. Diunduh 24 Februari 2013 dari <http://pkpri-bojonegoro.blogspot.com/2009/12/9-sem-bilan-motif-batik-khas-bojonegoro.html>

PKP-RI Bojonegoro. (2011). *9 Motif Batik Bojonegoro*. Diunduh 3 Maret 2013 dari <http://batikbojonegoroan.blogspot.com>

Roojen, P. (2002). *Batik Patterns*. Amsterdam: The Pepin Press/Agile Rabbit editions.

Septy Pasaribu. (2013). *Pertumbuhan dan Perkembangan Anak Usia 6-12 Tahun*. Diunduh 26 Maret 2013 dari <http://singlehappyty.wordpress.com/2013/01/28/pertumbuhan-dan-perkembangan-anak-usia-6-12-tahun>

Situs Resmi Pemerintah Kabupaten Bojonegoro. *Pemerintah Kabupaten Bojonegoro*. Diunduh 31 Januari 2013 dari <http://bojonegorokab.go.id>

Tita Collection. (2012). *Berikut Koleksi Terbaru dari Kami*. Diunduh 31 Maret 2013 dari <http://rumahbatiktc.blogspot.com/2012/12/berikut-koleksi-terbaru-dari-kami-1.html>

The New York Times – Heart Health in Kids. (2012). *SPUR*. Diunduh 6 Juni 2013 dari <http://spur.typepad.com>